

Sommario

VII Prefazione di Luca Cordero di Montezemolo

1 Introduzione

3 1. Le mani in pasta

Gli esordi nel panificio di famiglia e l'intuizione vincente

8 Il forno dei fratelli Rana e l'idea dei tortellini

10 Un'idea innovativa con radici antiche

12 Uno sguardo alle origini

17 Una scelta rischiosa per un nuovo prodotto

21 2. La passione per i tortellini

Un produzione da subito in crescita e un'esplosione delle vendite

24 Dal primo laboratorio alla produzione industriale

32 Lo "sviluppo selvaggio" delle vendite

36 La razionalizzazione delle vendite e l'innovazione incrementale

41 3. Primi tra i primi

I Rana uniti contro una concorrenza sempre più forte

44 Davide contro Golia

47 Verso una sinergia generazionale

50 I punti di vista di Giovanni e Gianluca su loro stessi

- 57 4. Al passo coi tempi
Innovazione a tutto campo: produzione, distribuzione e comunicazione
- 60 Le strategie di sviluppo e i rapporti con la GDO
- 66 Sempre nuovi prodotti
- 71 Giovanni Rana *testimonial* di sé stesso
- 83 5. Cosa bolle in pentola
Attenzione all'organizzazione, ai processi e alle persone
- 86 L'attenzione ai processi produttivi
- 90 Il settore di ricerca e sviluppo: dove nascono le idee
- 96 L'incentivazione e il coinvolgimento delle persone
- 105 6. Un occhio al futuro
Un cambiamento radicale nelle strategie commerciali e di prodotto
- 108 L'internazionalizzazione
- 117 Il progetto della ristorazione
- 121 «Rana: chi, quelli dei primi piatti?»
- 125 7. La ricetta del successo
Qualità e innovazione, relazioni e reputazione
- 128 Un'analisi di marketing e un'idea di prodotto
- 132 L'impegno per la qualità e per lo sviluppo
- 138 Pubblicità, qualità e reputazione
- 142 Ristorazione e primo piatto fresco
- 143 Per concludere